

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam,M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Anoraga, P. 2005. *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta. Jakarta.
- Anonim. 2007. Membangun Kepercayaan dengan Kedekatan. [www.sinarharapan.co.id](http://www.sinarharapan.co.id), 5 September 2011.
- Bilson, S. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Bilondatu, M.R. 2013. Motivasi, Persepsi, dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha di Minahasa. *Jurnal EMBA*.1 (3) : 710-720.
- Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. 2008. *Pedoman Penilaian Akreditasi Program Studi Sarjana*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Jumlah Perguruan Tinggi Negri, Swasta, Mahasiswa*. Maret. BPS Jawa Timur. Surabaya.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. 1986. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1173-1182.
- Cater,B. 2008. The Importance Of Social Bonds For Communication And Trust In Marketing Relationships In Professional Services. *Management*, 13(1): 1-15.
- Chen Hui. 2011. Personality's Influence on the Relationship between Online Word-of-mouth and Consumers' Trust in Shopping Website. *Journal Of Software*, Vol. 6(2):265-273.
- Darmawati, D., B.Subekti, S.Murni, dan Sumarsono. 2007. Analisis Pengaruh Kebudayaan, Sosial, Kepribadian, dan Psikologis Terhadap Keputusan pembelian Shar'e (Survey Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto). *Jurnal Performance* 6(1) : 16-32.
- Djafar, H. 2017. Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (Mpi) Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Alauddin Makassar. *Jurnal Idaarah*. I(1):74-88.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell, P.W. Miniard. 2002. *Perilaku Komsumen Jilid 2*. Terjemahan Budijanto. Edisi 6. Binarupa Aksara. Tangerang.
- Ferdinand, A. 2014. *Structural Equation Modeling: Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi Kelima. Seri Pustaka Kunci. Semarang.

- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ganguly, B., S.B.Dash, D.C.M.Head. 2010. The Effects Of Website Design On Purchase Intention In Online Shopping: The Mediating Role Of Trust And The Moderating Role Of Culture. *Int. J. Electronic Business*. 8 ( 4/5):302-330.
- Ghozali, I. 2009. *Analisis Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi I. Badan Penerbit Universitas Diponogoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_, 2016. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 24*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponogoro. Semarang.
- Greenberg, R. 2011. Culture and Consumer Trust in Online Businesses. [www.igi-global.com/chapter/culture-consumer-trust-onlinebusinesses/44023camid=4v1.5](http://www.igi-global.com/chapter/culture-consumer-trust-onlinebusinesses/44023camid=4v1.5) November 2017(15.00)
- Haque, A., S. Rahman, dan A.Khatibi. 2010. Factors influencing consumer ethical decision making of purchasing pirated software: structural equation modeling on malaysian consumer. *Journal of International Business Ethics*. 3 (1):75-85.
- Hakim, C., A. Prasetya, S.Kumadji, dan E.Yulianto. 2014. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis* 15 (2) : 1-6.
- Indrawati, A. 2014. Faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih lembaga pendidikan dan pelatihan bisnis di kota malang. *Jurnal Kompilek*. 6 (1): 53-67.
- Iranita. 2012. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif (Competitif Advantage). *JEMI*. 3(2): 77-87.
- Iskandar, D. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret. *Jurnal Kelola*. 2(3): 43-60.
- Jasfar dan Farida (2005). Pentingnya Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 6 (1): 5-7.
- Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi. 2017. Data Jumlah Pendaftar SBMPTN, PTN yang Berpartisipasi, dan Peserta Lolos SBMPTN. Juni. Kemenristekdikti. Jakarta.

- Koesoemaningsih, R.2013. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi. *MediaSoerjo* 13( 2): 1-21.
- Kusumawati, A. 2013. . A Qualitative Study of the Factors Influencing Student Choice: The Case of Public University in Indonesia. *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 3(1):314-327.
- Kuncoro, A.Hikmawati, Z. Arifin, K.Hidayat. 2016. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*37 ( 2 ):11-18
- Kotler, P, dan G. Amstrong. 2001.*Prinsiples of Marketing*. Ninth Edition.Prentice Hall, Inc.New Jersey. Terjemahan A.Sindoro.2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9.PT Indeks. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2005.*Marketing Management*. Elevent Edition.Prentice Hall,Inc.New Jersey. Terjemahan B.Molan.2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisikesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- \_\_\_\_\_,dan K.L.Keller.2017.*Manajemen Pemasaran*. Edisi 12.PT Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta. Terjemahan Benyamin Molan.2007. *Marketing Management*. Edisi 12. Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran jasa Teori dan Praktik*. Edisi 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Mariajje W dan T.Yuniati. 2014. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) di Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. 3(8) : 1-15.
- Meliana, Sulistiono dan B. Setiawan.2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus pada Giant Hypermarket. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.1(3):247-254.
- Mulyati, Y, Mailinarti, dan Masruri.2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Padang . *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*18(1): 45-65.
- Mohmed A.S.I, N.B Azizan, dan M.Z Jali.2013.The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E-Commerce. *International Journal of Engineering Research and Development*. 7(10) : 28-35.
- Mowen, JC. dan M. Minor. 2002.*Consumer Behaviour*. Five Edition. Harcourt College Publisher. New Jersey. Terjemahan D.K. Yahya. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. edisi 5. Erlangga. Jakarta.

- \_\_\_\_\_.2002.*Consumer Behaviour*. Five Edition. Harcourt College Publisher. New Jersey. Terjemahan Lina Salim. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. edisi 5. Erlangga. Jakarta.
- Mcknight, D.H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. 2002. Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: *An Integrative Typology. Informatin System Research*. 13(3): 334-359.
- Mustafa, S.A.A, A.L.Sellami, E.A.A.Elmaghraby, H.B.A. Qassass. 2018. Determinants of College and University Choice for High-School Students in Qatar. *International Journal of Higher Education*. 7 (3):1-15.
- Muniady, R, A.A.Mamun, Y. Permarupan, N.R.B.Zainol.2014. Factors Influencing Consumer Behavior: A Study among University Students in Malaysia. *Asian Social Science*.10 (9):18-25.
- Nouraie, M, H.Y.Moorineh, dan J.Kordi. 2014 Investigating The Effect Of Personal Factors On The Customers' Purchasing Decision. *Kuwait Chap 3, No.6(a)* : 138-146.
- N a l i m. 2012. Analisis Faktor Yang Memengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Bahasa Arab Stain Pekalongan. *Forum Tarbiyah* 10 (2):214-235.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Kemenristekdikti. 2017. Jumlah Mahasiswa Prodi Tahun Akademik 2016/2017.PDPT Kemenristekdikti. Jakarta.
- Prasetya, C.H.A.,S.Kumadji, dan E.Yulianto. 2014. PengaruhCitra Merek, KualitasProduk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survey pada Pembeli Sepeda Motor Honda Variopada PT Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 15 ( 2) : 75-95.
- Prasetyo, R.,dan J.J.O.I.Lhalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Preacher, K.J and A.F.Hayes.2004. SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers* 36 (4), 717-731.
- Rosseau *et al*. 1998. Not So Different After All: A Cross-Discipline View of trust. *Academy of Management Review*. 23 (3) : 393-404.
- Ramadani, AF.Widyasari, dan Silviandari. 2013. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui E-Commerce Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Mediator. *Jurnal EMBA*.1(3):. 1-14
- Ruhyat E. 2016. Analisis Faktor Yang Menjadi Penentu Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi Inovasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Inovasi* 3(1): 78-96.



- Rudhumbu, N. 2017. Factors that Influence Undergraduate Students' Choice of a University: A Case of Botho University in Botswana. *International Journal of Learning and Development*. 7 (2):27-37.
- Sangadji, E.M dan Sopiah.2013. Perilaku Konsumen. Edisi I. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Santoso, DTT dan E. Purwanti. 2013. Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti* 6 (12) : 112-129.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Prenada Media. Jakarta.
- Setiawanta, Y, dan N. Tristiarini. 2013. Analisis Pengaruh Budaya, Kelas Sosial, Psikologis, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Studi Lanjut ke Program Sarjana Bidang Studi Akuntansi (Studi Kasus Mahasiswa Baru Akuntansi S1 UDINUS ). *Jurnal Media Ekonomi & Teknologi Informasi* 21 (1) : 90-101.
- Sitohang, U. 2013. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional ,TBK. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Simamora, B. 2014. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sofuwan, T.M.2015. Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada PT. Sequislife Insurance Cabang Palembang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 5(1):10-20.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen: *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Swastha, B dan H. Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. BPFE Yogyakarta.
- Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi*. Cetakan ke- 8. Alfabeta. Bandung.
- Sujana, K.C dan N.W Suprpti. 2016. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja di Situs Zalora. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(1) : 595-622.
- Suryani, T. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Suprayitno, A., S. Rochaeni, dan R. Purnomowati. 2015. Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado boplo (studi kasus: restoran gado-gado boplo panglima polim jakarta selatan). *Jurnal Agribisnis*. 9 (2) : 177 – 214.
- Supriyono dan D. Iskandar. 2015. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli di Indomaret . *Jurnal Kelola* 2 (3) : 43-60.
- Sun, Song, Huang. 2013. Cultural Value, Perceived Value, and Consumer Decision-Making Style In China: A comparison Based On An Urbanization Dimension. *Nankai Business Review International* 4; Bingley 4.3. (2013): 248-262.
- Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk. 2007. *Consumer Behaviour*. Seventh Edition. Prentice Hall, Inc. New Jersey. Terjemahan Zoelkifli Kasip. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. PT Indeks. Jakarta.
- Tjahyadi dan R. Arlan. 2006. “Peranan Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan Merek” *Jurnal Manajemen*. 6(1):65-78.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran jasa Prinsip Penerapan penelitian*. Edisi 1. C.V. Andi. Yogyakarta.
- Website Resmi SBMPTN. 2017. Data Daya Tampung dan peminat. <http://www.sbmptn.ac.id> 27 Juli 2017 (13.00)
- Walczuch, R, J. Seelen, and H. Lundgren. 2001. Psychological Determinants for Consumer Trust in E-Retailing. *Proceedings of the Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Markets (RSEEM 01) Maastricht, The Netherlands. University of Maastricht, International Institute of Infonomics*. 1-21.
- Yusuf. 2019. Alasan Memilih Manajemen Bisnis. [https://JurnalManajemen.Com/Manajemen – Bisnis/](https://JurnalManajemen.Com/Manajemen-Bisnis/). 14 Februari 2019 (16.30).